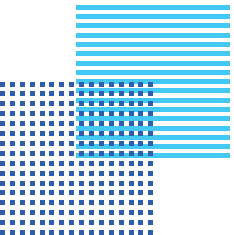


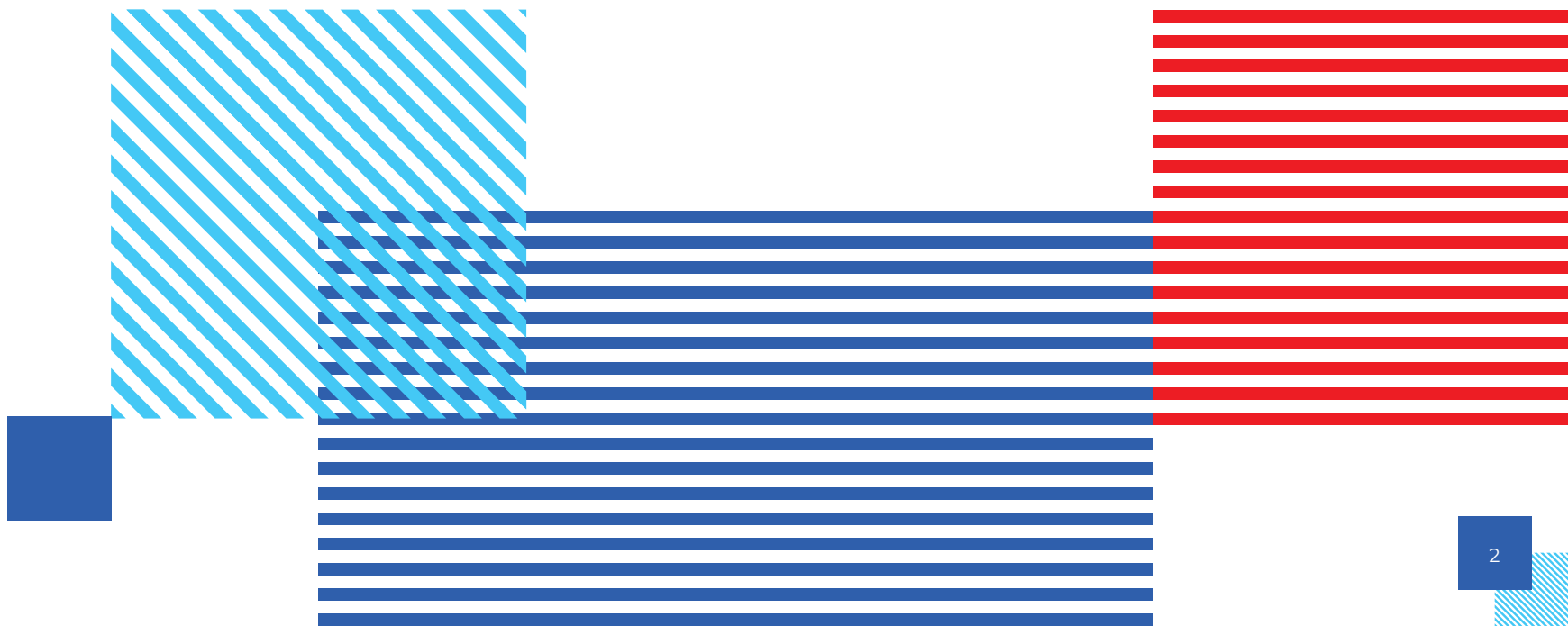
# РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



**ТУРИЗМ.РФ**

1

# КОНСТАНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ





### 1.1.1

## Константы фирменного стиля

Разнообразие цвета, формы и видов штриховки фирменного паттерна (стиля) подчеркивают уникальность каждой территории, в то время как единый принцип «сборки» узора символизирует аналогичный подход к мастер-планированию туристических кластеров. Динамика и развитие заложены в гибкий принцип компоновки элементов узора — так, из сходных по типу элементов рождаются уникальные сочетания и конструкции.

Цветовая гамма перекликается с государственным триколором, а вместе с узором олицетворяет отдельные территории страны, собранные вместе.

Фундаментальный и современный шрифт демонстрирует с одной стороны поддержку государства, а с другой — бизнес-направленность проекта.

Все вместе — инструмент национального проекта, с помощью которого в ближайшие 10 лет произойдет перезагрузка инфраструктуры туризма в России.



ТУРИЗМ.РФ





## 1.1.2 Основная версия логотипа

Данная версия является приоритетной в использовании — если технология воспроизведения позволяет, нужно применять ее.

**ТУРИЗМ.РФ**

**TOURISM.RF**

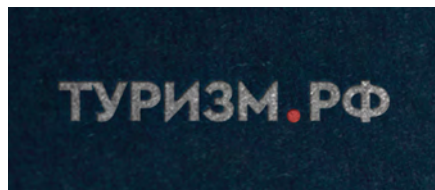




### 1.1.3 Черно-белая версия логотипа

Данную версию  
следует использовать  
при невозможности  
полноцветной печати  
или в качестве клише  
для тиснения.

Допустимо тиснение  
серебряной и красной  
фольгой.



# ТУРИЗМ.РФ

# TOURISM.RF





### 1.1.4 Инверсивная версия логотипа

Данную версию следует использовать при печати на фирменном синем или черном фоне.



ТУРИЗМ.РФ



TOURISM.RF





## 1.1.5 Белый логотип

Белый логотип следует использовать, если необходимо печатать в одну краску на фирменном синем или черном фоне.

Допустимо размещение на фотографии при достаточном контрасте с фоном.



ТУРИЗМ.РФ



TOURISM.RF





## 1.1.6 Охранное поле логотипа

При использовании логотипа в любых макетах следует оставлять вокруг него отступы от края носителя или других элементов.

Охранное поле определяется высотой буквы Т из логотипа.

X		X
X	<b>ТУРИЗМ.РФ</b>	







## 1.1.7 Минимальные размеры логотипа

Чтобы сохранить различимость логотипа, не следует воспроизводить его мельче указанных размеров.

2 mm [ **ТУРИЗМ.РФ** ] 20 px





## 1.1.8 Таблица цветовых схем для различных видов производства

Чтобы выбрать правильную версию логотипа для каждого конкретного случая воспроизведения, следует использовать данную таблицу.

- предпочтительный вариант
- альтернативный вариант

	ТУРИЗМ.РФ	ТУРИЗМ.РФ
офсет/цифровая печать	■	■
шелкография/тампопечать	■	■
тиснение		■
вышивка	■	■
гравировка / чеканка / выжигание		■
инкрустация		■
деколь	■	■
эмаль	■	■



## 1.1.9 Недопустимые варианты использования логотипа

- нарушение пропорций
- масштабирование отдельных элементов
- поворот логотипа
- изменение цветовой гаммы
- использование теней и обводок
- использование цвета фона, отличного от черного или фирменного синего
- использование полноцветного логотипа на фотографии, цветном фоне или градиенте

ТУРИЗМ.РФ

ТУРИЗМ.РФ

ТУРИЗМ.РФ

ТУРИЗМ.РФ

ТУРИЗМ.РФ

ТУРИЗМ.РФ





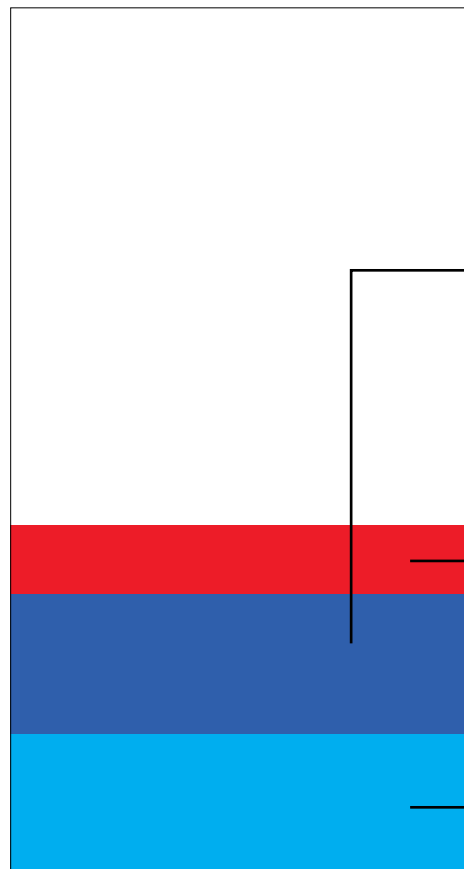
## 1.2 Фирменные цвета

На рисунке показано примерное процентное соотношение использования фирменных цветов в макетах.

Преобладающим цветом должен быть фирменный синий. Не следует выводить красный и голубой на первый план.

На белом фоне текстовые блоки следует набирать черным цветом, на синем — белым цветом.

Для макетов на белом фоне:

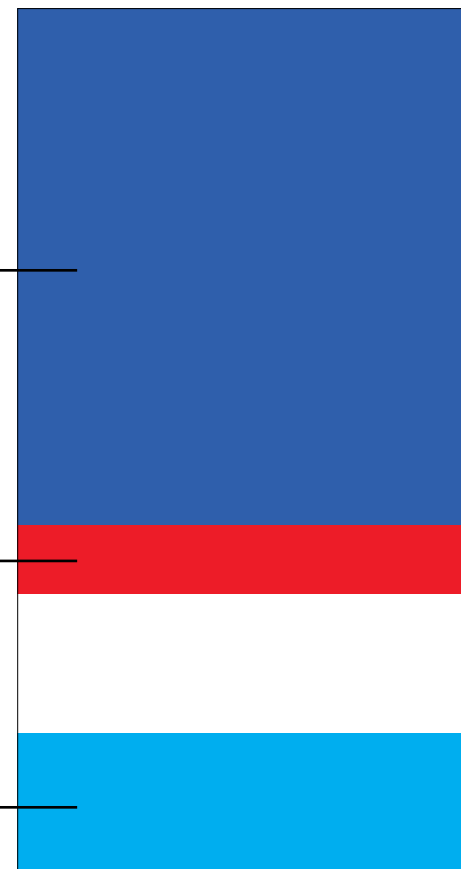


Pantone 7685 C  
CMYK 88/68/0/0  
RGB 51/68/163  
Hex #3344a3

Pantone 185 C  
CMYK 0/100/100/0  
RGB 227/6/19  
Hex #ed1c24

Pantone 297 C  
CMYK 60/0/0/0  
RGB 91/197/242  
Hex #5bc5f2

Для макетов на синем фоне:





### 1.3.1 Основной фирменный шрифт

Основной фирменный шрифт — любые начертания гарнитуры Montserrat.

На белом фоне заголовки, подзаголовки, основной и дополнительный тексты следует набирать черным цветом. Иногда можно выделять подзаголовки и акценты в тексте фирменным синим цветом.

На синем фоне следует использовать белый текст и при необходимости выделять подзаголовки и акценты фирменным голубым.

Во всех случаях следует использовать флаговый набор.

layouts/font

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

АО «КОРПОРАЦИЯ ТУРИЗМ.РФ»

## Стратегия

Развитие внутреннего и въездного туризма — стратегическая и комплексная задача, решение которой в ближайшие 10 лет позволит создать интересные и удобные туристические маршруты по уникальным территориям, аналогов которым в мире нет. Более того, развитие туризма окажет влияние на целый ряд экономических и социальных факторов: создаст миллионы рабочих мест, позволит дешевле и комфортнее путешествовать по России, откроет новые возможности для бизнеса.

Мы — надежный партнер для инвесторов. Корпорация Туризм.РФ предлагает бизнесу участвовать в развитии туристической инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства. Мы поддержим наших партнеров на каждом этапе реализации проекта — от мастер-планирования и проектирования до сдачи объекта в эксплуатацию.



## 1.3.2 Системный шрифт

В корпоративном документообороте следует использовать гарнитуру Verdana.

В официальном документообороте на бланке используется гарнитура Times New Roman.

На белом фоне заголовки, подзаголовки, основной и дополнительный тексты следует набирать черным цветом. Иногда можно выделять подзаголовки и акценты в тексте фирменным синим цветом.

На синем фоне следует использовать белый текст и при необходимости выделять подзаголовки и акценты фирменным голубым.

Во всех случаях следует использовать флаговый набор.

# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

## АО «КОРПОРАЦИЯ ТУРИЗМ.РФ»

### Стратегия

Развитие внутреннего и въездного туризма — стратегическая и комплексная задача, решение которой в ближайшие 10 лет позволит создать интересные и удобные туристические маршруты по уникальным территориям, аналогов которым в мире нет. Более того, развитие туризма окажет влияние на целый ряд экономических и социальных факторов: создаст миллионы рабочих мест, позволит дешевле и комфортнее путешествовать по России, откроет новые возможности для бизнеса.

Мы — надежный партнер для инвесторов. Корпорация Туризм.РФ предлагает бизнесу участвовать в развитии туристической инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства. Мы поддержим наших партнеров на каждом этапе реализации проекта — от мастер-планирования и проектирования до сдачи объекта в эксплуатацию.

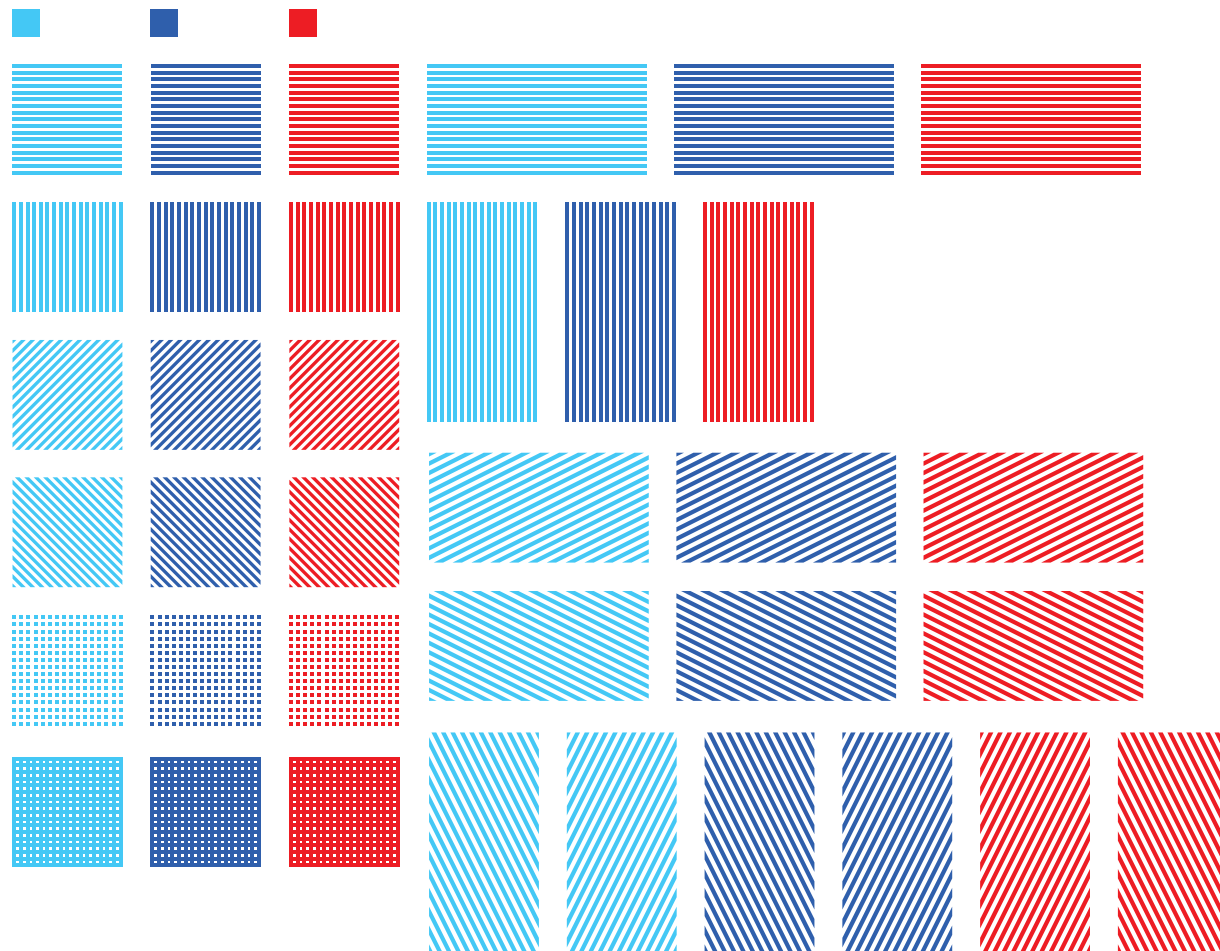


## 1.4.1 Формообразующие элементы графики

На рисунке показаны  
формообразующие элементы,  
из которых складываются  
фирменные паттерны.

На синем фоне синие  
элементы превращаются  
в белые.

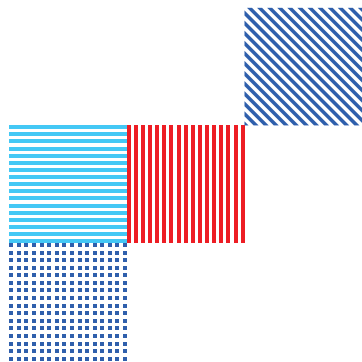
В продукции класса VIP  
можно использовать  
монохромный белый или  
серебряный паттерн.



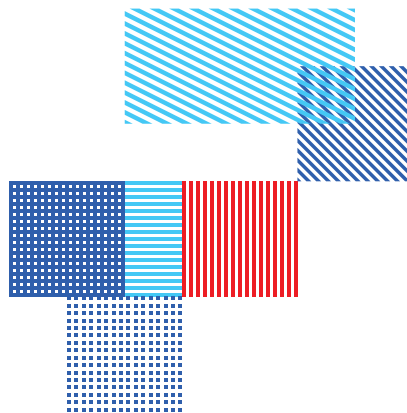


## 1.4.1 Принципы построения фирменной графики

Чтобы получился фирменный паттерн, нужно соединить элементы так, как показано на рисунках.

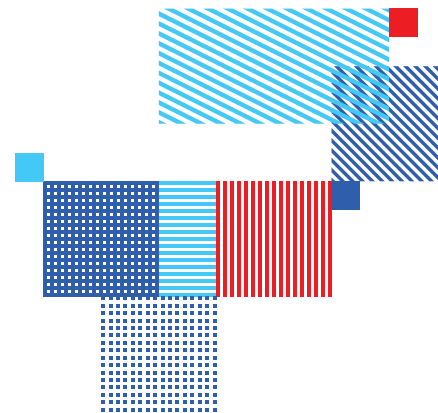


1. Соединить элементы встык (сторонами или углами)



2. Некоторые элементы можно располагать внахлест, но только на 1/2 ширины и/или высоты соседнего элемента.

Красные элементы запрещено располагать внахлест с другими.



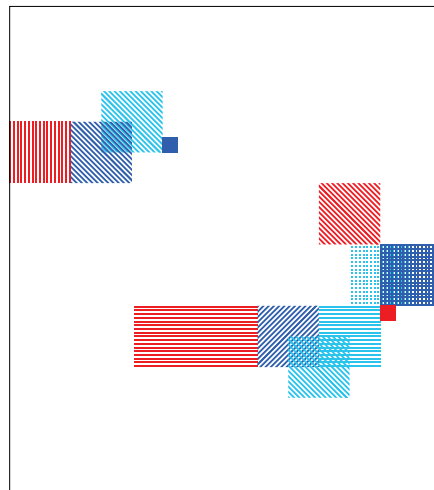
3. Добавить квадрат или несколько квадратов со сплошной заливкой. Они в 4 раза меньше квадратов со штриховкой.



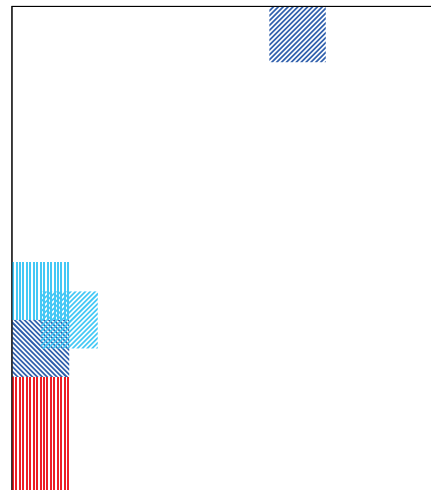


## 1.4.2 Правила использования фирменной графики

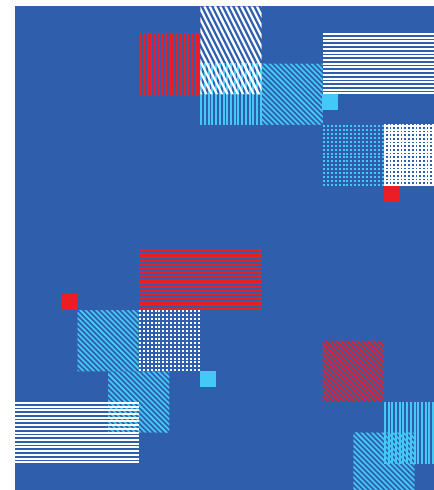
На рисунках показаны основные правила использования фирменной графики.



В рамках одного макета нужно использовать единый масштаб паттерна.



Если элементы паттерна располагаются под обрез, то нужно оставлять на листе либо 100%, либо 50% высоты или ширины элемента.



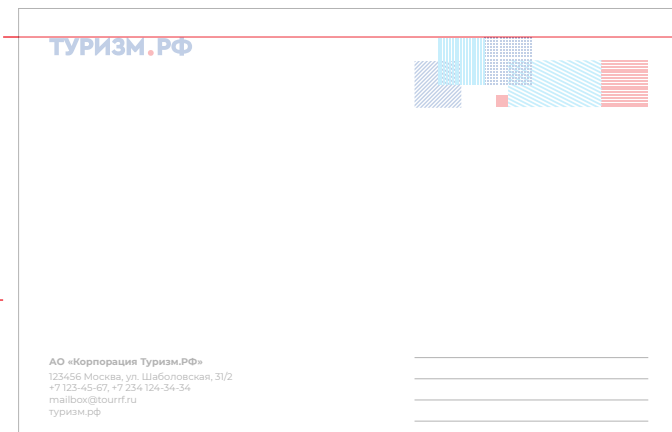
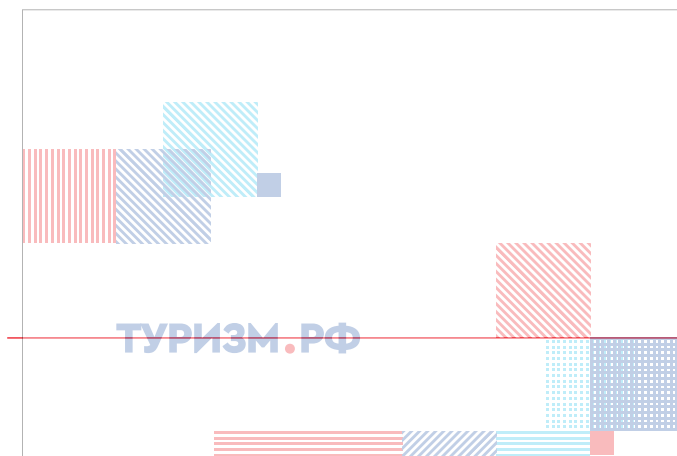
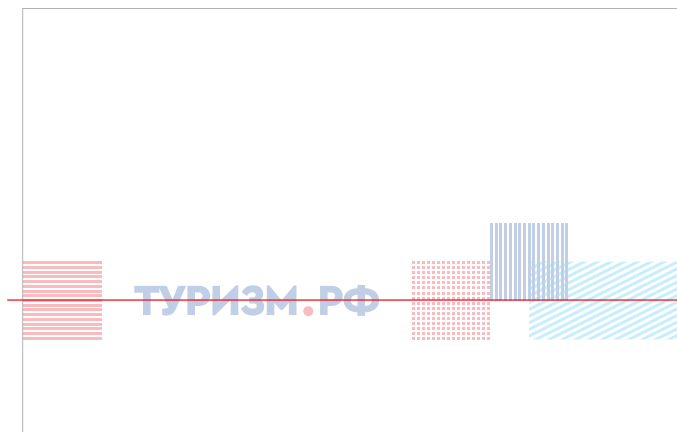
Нужно стремиться к тому, чтобы паттерн в рамках одного макета образовывал максимум 3 композиционные группы.



### 1.4.3

## Принципы взаимодействия логотипа и фирменной графики

Помимо соблюдения охранного поля логотипа стоит, если это возможно, выравнивать логотип по элементам паттерна на усмотрение дизайнера.



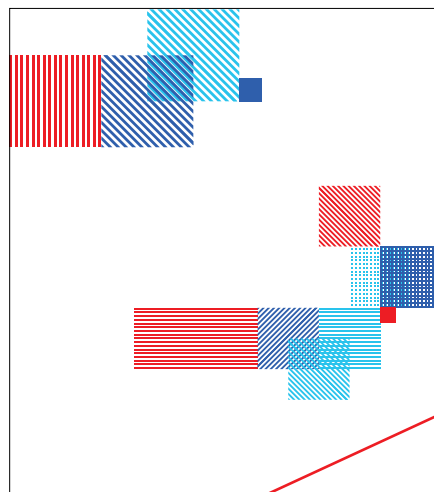
ТУРИЗМ.РФ

АО «Корпорация Туризм.РФ»  
123456 Москва, ул. Шаболовская, 31/2  
+7 123-45-67, +7 234 126-34-34  
mailbox@tourrf.ru  
туризм.рф

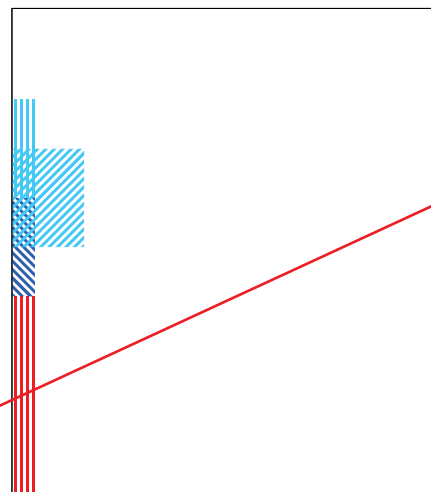


## 1.4.4 Запрещенные варианты использования фирменной графики

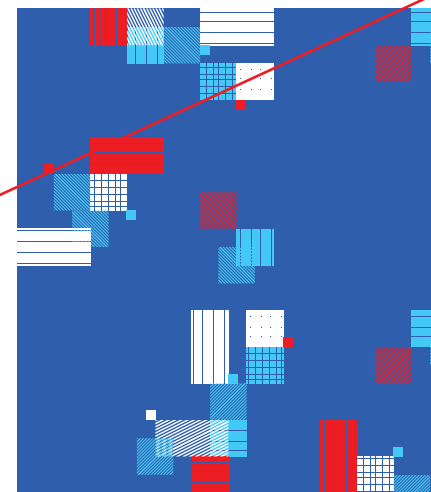
На рисунках показаны запрещенные варианты использования фирменной графики.



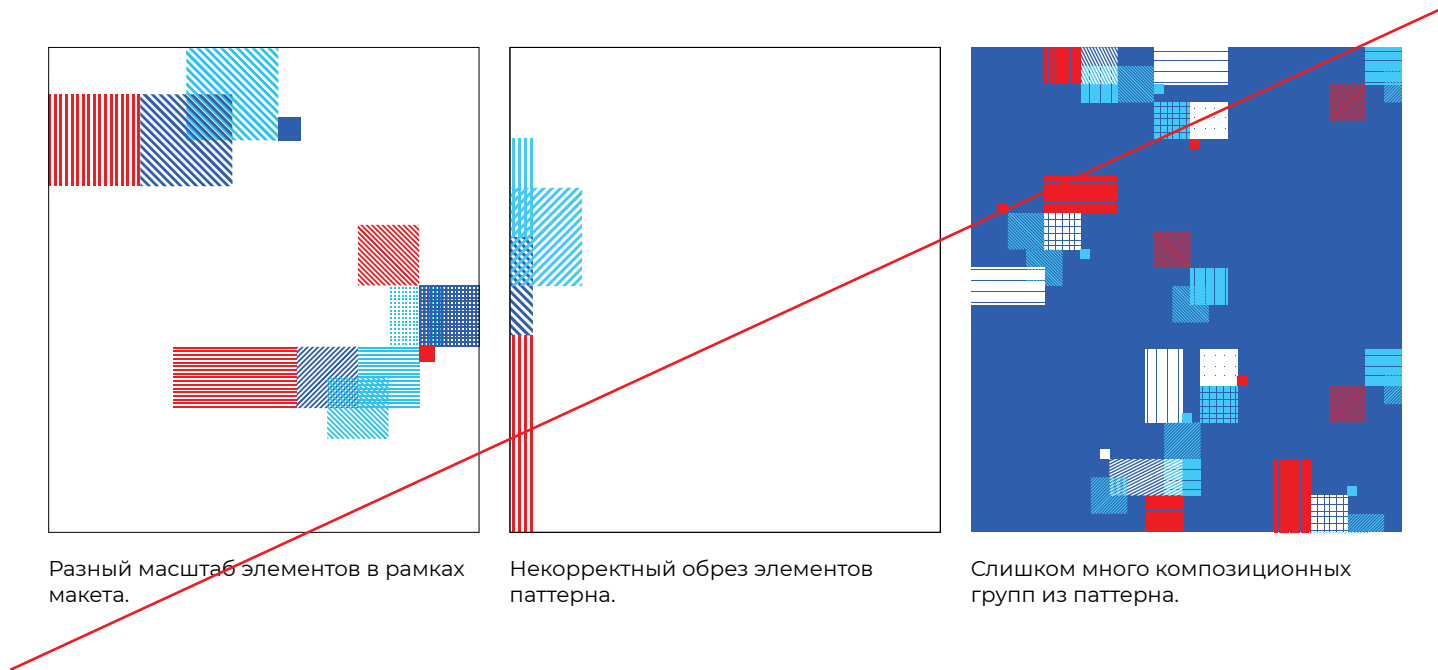
Разный масштаб элементов в рамках макета.

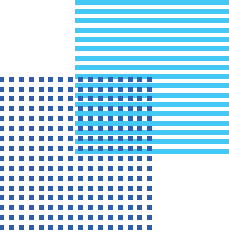


Некорректный обрез элементов паттерна.



Слишком много композиционных групп из паттерна.





2021

**ТУРИЗМ.РФ**